

*Маринова Е. В.*  
Нижний Новгород, Россия

## ПОНЯТИЙНАЯ ОБЛАСТЬ «ИНФОРМАЦИЯ, ЕЁ КАЧЕСТВА И ИХ ОЦЕНКА»: ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ В РЕЧИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

1. Жизнь современного человека, как социальная, так и личная, оказалась опосредованной Интернетом. Можно сказать, что она во многом стала виртуальной, т. е. проходящей не «вживую», а в особом пространстве, создаваемом с помощью сложнейшей техники и технологии. Есть все основания рассматривать это пространство как новую сферу **деятельности**, главным **объектом** которой является **информация**. «Всякая деятельность включает в себя цель, средство, результат и сам процесс» [ФЭС]. По отношению к интернет-пространству все эти составляющие, а также объект деятельности формируют в сознании говорящих основные понятийные области, постоянно нуждающиеся в вербализации. К ним относятся: информация, её качества и их оценка; поиск и хранение информации; коммуникация; техническая и технологическая база Сети.

Предполагаем, что лексика Интернета формируется и обновляется прежде всего в этих основных, **ключевых понятийных областях**.

2. За последние 50–60 лет понятие «информация» стало чрезвычайно актуальным по целому ряду причин, прежде всего в связи с развитием теории информатики, компьютеризации. Не случайно в современной философии наметилась тенденция рассматривать информацию как «третий компонент бытия» (наряду с веществом и энергией) [СФС]. В нашем исследовании наиболее адекватным представляется понимание информации как некоторых сведений, знаний, данных, в том числе графических, передаваемых в процессе коммуникации [см.: Черных 2008; Мечковская 2016: 284]. В этом определении отражена связь двух важнейших понятий интернет-пространства – информации и коммуникации.

3. Информация как объект деятельности пользователей Интернета имеет значимость только в том случае, если она обладает некоторыми принципиально важными качествами, среди которых – **достовер-**

**ность** (подлинность), **актуальность**, **новизна**. В противном случае информация оказывается бесполезной. Множество номинаций в лексике русскоязычной части Интернета отражают подобные представления, причём лексика этого понятийного поля постоянно обновляется. Такие выводы получены на основе анализа ок. 1200 слов и выражений, родиной которых стала интернет-среда. Приблизительно 40 % из них составляет общую сетевую лексику (*игнор*, *флуд*) и некоторые термины – обозначения наиболее распространённых, общедоступных реалий (*закладка*, *облако*).

4. В докладе рассматриваются особенности вербализации основных качеств информации, а также оценки этих качеств в речи современных пользователей Сети.

### Литература

- Мечковская Н. Б.* Философия языка и коммуникации. М., 2016.
- СФС – Современный философский словарь / под ред. В. Е. Кемерова. Лондон, Франкфурт-на-Майне, Париж, Люксембург, Москва, Минск, 1998.
- ФЭС – Философский энциклопедический словарь / Сост. Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. М., 1983.
- Черных А. И.* Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие. М., 2008.

*Михайлюкова Н. В.*  
Владивосток, Россия

### ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ЯЗЫКА ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ГОРОДА)

Современная языковая реальность ставит перед исследователями новые задачи, одной из которых является анализ дискурсивных практик новейшего времени в аспекте лингвоаксиологии [Лингвистика и аксиология 2011]. Изучение ценностной картины мира говорящих всегда было актуальным направлением в языкознании, но в эпоху информационно-психологических войн данный вопрос становится